

Продвижение электронных ресурсов в библиотеке *консультация*

Электронные ресурсы стали неотъемлемой частью информационного обеспечения просветительской и образовательной деятельности библиотек, а их наличие является обязательным фактором повышения качества предоставляемых услуг. Доступность источников, в том числе электронных ресурсов, с одной стороны, облегчает работу пользователям, с другой стороны, представляет сложности в подборе достоверных документов. Доведение качественной информации до целевой аудитории с учетом её потребностей – профессиональная задача библиотек. Библиотеки должны систематически предоставлять информацию об имеющихся электронных ресурсах и собственных сервисах, убеждая реальных и потенциальных пользователей в их уникальности и незаменимости.

Электронными ресурсами (ЭР) называются такие материалы, для доступа к которым необходим компьютер или мобильное портативное устройство. Они обладают рядом преимуществ перед традиционными формами: экономичны, компактны, удобны в хранении, обработке и использовании, не подвержены физическому износу, могут регулярно обновляться – всё это делает их надёжным и актуальным источником информации. Кроме того, могут быть одновременно востребованы несколькими пользователями и доступ к ним может быть предоставлен удалённо (через Интернет), что избавляет пользователя от необходимости лично посещать библиотеку.

В данной консультации под термином «электронные ресурсы» подразумеваются агрегированные коллекции, то есть электронно-библиотечные системы (ЭБС) электронных книг, журналов и другие виды документов для образовательной и научно-познавательной деятельности, размещённые на внешних платформах и предоставляемые библиотеке сторонними организациями (издательствами или агрегаторами) по подписке (безвозмездно либо за плату).

Подписные ресурсы различаются по составу, условиям доступа и набору возможностей для пользователя по работе с документами. Бесплатные ресурсы, как правило, доступны в помещениях библиотеки («КонсультантПлюс», Национальная электронная библиотека, Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина). Платные ресурсы предлагают доступ к коллекциям или документам по логину и паролю из любой точки мира при наличии выхода в Интернет («ЛитРес», «БиблиоРоссика», «Лань»).

Библиотека, принимая решение приобрести подписные электронные ресурсы, должна учитывать, что одним из обязательных этапов работы станет их продвижение среди пользователей, в том числе и потенциальных. Продвижение электронных ресурсов происходит двумя основными методами.

Первый метод заключается в *распространении сведений о содержании ресурсов*. Акцентировать внимание пользователей на содержании контента можно с помощью тематических выставок и библиографических пособий, в том числе их онлайн-версий, информирования по электронной почте, сообщения в новостях библиотеки о приобретённых пакетах электронных книг, размещения информации на главной странице веб-сайта библиотеки о количестве книг, скачанных за месяц, и ссылок на каталоги ресурсов с сайтов партнёров библиотеки и др.

Второй метод состоит в *распространении сведений о функциональных возможностях ресурсов*. Внимание пользователей акцентируется на поисковых технологиях и возможностях работы с ресурсами благодаря преимущественному использованию обучающих форм, таких как семинары, тренинги (в том числе выездные), индивидуальные беседы с читателями, создание и распространение инструктивных материалов в различных форматах (печатных и электронных, текстовых, аудио-, видео-, мультимедийных и др.). Обучение может строиться как в форме рассказа о решении конкретной информационной задачи с помощью различных инструментов, так и в форме полного раскрытия функциональных возможностей отдельного ресурса (разновидности ресурсов) – семинара-практикума, тренинга, мастер-класса. Например, в ГБУК СахОУНБ обычно в

лекционной части семинара-практикума даётся краткий обзор всех имеющихся в библиотеке электронных ресурсов. Далее следует презентация электронного контента на большом экране: освещаются регистрация, авторизация, работа с книжными полками, интерфейс для читателя и т. д. Завершается обучение практической частью. Участники мероприятия в компьютерном зале применяют полученные знания, работают в электронной библиотеке, задают имеющиеся вопросы сотруднику библиотеки.

Рассмотрим более подробно способы первого метода продвижения электронных ресурсов в библиотеке. Библиотечный сайт является универсальным, так как его возможности безграничны. Практически все библиотеки используют его для продвижения электронных ресурсов, размещая информационные сообщения, обзоры новинок, тематические обзоры, включая информацию о контенте электронных библиотек в тематические материалы и онлайн-викторины.

Регулярное размещение информации о подписных ресурсах на сайте библиотеки помогает улучшить «видимость» ресурса и раскрыть его содержание для посетителей, разнообразить наполнение сайта, сформировать у библиотекарей привычку использовать электронные ресурсы в обслуживании пользователей.

Размещать информацию о появлении у библиотеки подписки либо доступа к новому информационному ресурсу стоит сразу в нескольких разделах сайта: в новостной ленте, в разделе [«Ресурсы»](#) (или подобном) и на странице отдела, который будет использовать этот ресурс в обслуживании пользователей.

В публикации для сайта желательно указать состав ресурса, условия и период доступа для пользователей, целевую аудиторию. Многие держатели электронных ресурсов делают различные тематические подборки книг, например, *«LitRes»*, и книжных новинок, поступивших в фонд, например, *«БиблиоРоссика»*. Данную информацию можно брать за основу, не повторяя дословно тексты рекламных материалов. Не стоит делать больших подборок книг и иных документов, 5-6 наименований будет достаточно, главное,

оперативность и регулярность размещения информации. В качестве примера можно использовать информационные сообщения, размещаемые на сайте Сахалинской областной универсальной научной библиотеки в разделе [«Новости»](#).

Ещё один распространённый формат – виртуальная выставка – это демонстрация на сайте виртуальных образов документов, систематизированных в соответствии с определённой концепцией. Данный термин был введён ГОСТом Р 7.0.103–2018 «Библиотечно-информационное обслуживание». В отличие от обычной книжной выставки, виртуальная не ограничена во времени и в объёме: дополнительно к каждой электронной экспозиции можно добавить ссылки на собственные или сторонние ресурсы, библиографические списки, каталоги, графические изображения, тексты и другие дополнительные материалы.

На сайте Сахалинской областной универсальной научной библиотеки с электронными выставками можно ознакомиться в разделе [«Виртуальные выставки»](#). Подобные выставки можно увидеть на сайтах многих общедоступных библиотек.

Онлайн-викторины и тесты – ещё один способ популяризации электронного контента. В таких презентациях для читателей обязательно указывается источник информации – активная ссылка на электронный ресурс, перейдя по которой они смогут углублённо изучить представленный материал.

Как продвижение электронных ресурсов можно рассматривать ставшее модным обучение по созданию буктрейлеров. На сегодняшний день это направление востребовано среди подростков и молодёжи и является методом продвижения книги и чтения в виртуальной среде. Библиотеки организуют конкурсы на лучший буктрейлер среди читателей и специалистов, размещают готовые видеоролики на сайтах и в социальных сетях, делая их общедоступными.

Также эффективными способами продвижения являются полиграфическая рекламная продукция (буклеты, листовки, плакаты, закладки), проведение культурно-просветительских и образовательных мероприятий, индивидуальная

работа с пользователями, применение краткосрочных поощрительных мер (например, в СахОУНБ первый час работы с ресурсами Интернета предоставляется бесплатно). Большую роль в продвижении электронных ресурсов играют личные консультации. В этом случае пользователь получает максимум полезной для себя информации и, как правило, становится постоянным пользователем электронных информационных систем.

Необходимо отметить, что использование традиционных форм продвижения электронных ресурсов с новыми, виртуальными, расширяет пользовательскую аудиторию и позволяет выделить уникальность каждого из них: особенности доступа и использования интерфейса, объёмы копирования и варианты сохранения скопированного текста и т. п.

Электронные ресурсы могут быть задействованы при организации массовых мероприятий, в том числе акций, призванных знакомить пользователей с фондами библиотеки. Возьмём, к примеру, интерактивные игры как один из современных способов продвижения электронных ресурсов в молодёжной среде. Интерактивная игра предусматривает многообразие приёмов, чередование вопросов и заданий разной степени сложности, чтобы каждый участник мог справиться с заданием.

Одним из популярных форматов интерактивной игры является квест. Квест (от англ. quest – «поиски») – приключенческая поисковая игра, требующая от игроков решения умственных задач для продвижения по сюжету. Игры в таком формате мобильны, содержательны, интерактивны, учат «работать в команде», учитывают стремление молодёжи ко всему новому, яркому, необычному, развивают навыки работы с информационными ресурсами, несут большой позитивный заряд.

Сахалинская областная универсальная научная библиотека активно применяет данный формат в работе с молодёжью. Наиболее запоминающимся для школьников стал литературный квест «Лютые Ботаны», реализованный в рамках акции «Библионочь-2023». Мероприятие состояло из нескольких раундов с вопросами по истории, литературе, географии, музыке и другим предметным

областям. Участники, используя ссылки на электронные версии книг, выполняли оригинальные задания, разгадывали увлекательные головоломки, узнавали новые факты, которые пополнили копилку знаний и расширили их кругозор. Например, в одном из заданий предлагалось соотнести титулы государственных деятелей с их именами, в другом – найти ответ на вопрос: «Почему главная героиня Катерина в драме А. Н. Островского "Гроза" боялась грозы?»

Именно интерактивные, презентационные, мультимедийные, мобильные формы проведения мероприятий позволят активизировать читательскую и творческую заинтересованность реальных и потенциальных посетителей библиотек, сделают их чтение более привлекательным, повысят престиж библиотеки и придадут ей более высокий статус в информационном и культурном пространстве.

В заключение необходимо отметить, что при всём многообразии способов и форм позиционирования библиотека самостоятельно определяет оптимальные для себя. Неоспоримо одно: активное продвижение электронных ресурсов, а также формирование информационной потребности в их использовании среди населения улучшают качество обслуживания, привлекают новых пользователей, повышают уровень квалификации сотрудников библиотеки.

Гришаева В. В.
10.07.2023

Список литературы

1. ГОСТ Р 7.0.103–2018 Библиотечно-информационное обслуживание. Термины и определения. – Текст : электронный // Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. <https://protect.gost.ru/v.aspx?control=8&baseC=-1&page=0&month=-1&year=-1&search=&RegNum=1&DocOnPageCount=15&id=224128&pageK=8524E64D-D281-4D3D-B535-CB4A6D155F7A> (дата обращения 05.07.2023).

2. Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций : XI Всероссийская научно-практическая конференция «Электронные ресурсы библиотек, музеев, архивов» 2–3 ноября 2016 года, Санкт-Петербург : сборник материалов. – Текст : электронный // Центральная городская публичная библиотека им. В. В. Маяковского. – Санкт-Петербург, 2016. – URL: https://pl.spb.ru/upload/docs/pdf/materiali_XI_conf_2016.pdf (дата обращения 22.06.2023).

3. Колесникова, О. Г. Продвижение книги и чтения в электронной среде. – Текст : электронный // Национальная библиотека Удмуртской Республики : офиц. сайт. – URL: <http://unatlib.ru/librarians/methodical-materials/informational-andanalytical-materials/briefs/2545-prodvizhenie-knigi-i-chteniya-v-elektronnoj-srede> (дата обращения: 05.07.2023).

4. Ключевые проблемы развития коллекций электронных ресурсов: руководство для библиотек. – Текст : электронный // <https://ifap.ru/library/book531.pdf> (дата обращения: 27.06.2023).

5. Продвижение книги и чтения в электронной среде. – Текст : электронный // Национальная библиотека Удмуртской Республики : [сайт]. – URL: https://unatlib.ru/images/bibliotekarjam/metod_materialy/analit_spravky/PKiCh.pdf (дата обращения: 22.07.2023).

6. Продвижение чтения в электронной среде : аналитический обзор и библиографический список. – Текст : электронный // Бюджетное учреждение Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Государственная библиотека Югры» – URL: https://okrlib.ru/sites/default/files/docs/2023/analiticheskiy_obzor_periodicheskikh_izdaniy_po_prodvizheniyu_chteniya.pdf (дата обращения: 07.07.2023).

7. Продвижение чтения в электронной среде. Мультимедийные продукты общедоступных библиотек : метод. пособие / Дальневост. гос. науч. б-ка, Отд. науч.-исслед. и науч.-метод. работы ; [сост. и ред. Л. Б. Киселева ; редкол.: Т. Ю. Якуба и др.]. – Хабаровск : ДВГНБ, 2018. – URL: https://www.fessler.ru/docsdownloads/2019/02_19/Sbornik_Prodvizhenie_chteniya_v_ehl_srede_NMO_ispr.pdf (дата обращения: 05.07.2023).

8. Черных, А. Г. Сетевые проекты как инновационная форма продвижения книги и чтения в школьной библиотеке / А. Г. Черных. – Текст : электронный // Открытый урок. 1 сентября : сайт. – URL: <https://urok.1sept.ru/articles/684055> (дата обращения: 22.06.2023).